

STRATEGIJA RAZVOJA KONKURENTNOSTI: MATERIJAL ZA RASPRAVU

# Nacionalne inicijative za provedbu Strategije održivog turizma u Hrvatskoj



**IZRADIO**

Hrvatski turistički cluster

**PODRŽALA I FINANCIRALA**

Hrvatska Inicijativa za konkurentnost  
Zajednički projekt Nathan Associates Inc., i  
J.E. Austin Associates, Inc.



**SPONZORIRALA**

Američka agencija za međunarodni  
razvoj (USAID), Hrvatska  
Travanj 2003

# Predgovor

Napisano krajem 2002. i početkom 2003, ovaj materijal za raspravu podržava nastojanja Ministarstva turizma i predstavnika regionalnih *cluster-a* za postavljanje turističke industrije na put konkurentnosti. Ove strateške smjernice označavaju novi duh suradnje u industriji. Autori izvješća vodili su slojevite rasprave sa zainteresiranim stranama u turizmu, organizirali radionice, posjetili turistička odredišta, hotele i povezane gospodarske grane te proučili standarde do kojih su došle gospodarske grane drugih zemalja. Zainteresirane strane iz svih segmenata vrijednosnog lanca (hotelijeri, tour operatori, vlasnici restorana, koncesionari, prijevoznici, vlasnici trgovina, muzeji), zatim sa sveučilišta, veleučilišta, iz ključnih ministarstava i odjela, te iz pridruženih i pomoćnih gospodarskih grana, uložili su svoje vrijeme i stručnost u ostvarivanju zajedničkog cilja – razvijanja konkurentne turističke industrije usmjerene na strateški rast i dodavanje vrijednosti.

Ideje, ciljevi i strategije ovdje predloženi u cijelosti pripadaju *cluster-u*, i razvijeni su uz vodstvo i podršku turističkih stručnjaka, uključujući dr. Crista Inmana i Paulusa Kulikauskasa. Voditelji radnih grupa, navedeni niže pored odnosne grupe koju su vodili, posvetili su svoje vrijeme i omogućili drugim sudionicima da se posvete pojedinim pitanjima:

| Voditelj radne grupe              | Tema                       |
|-----------------------------------|----------------------------|
| Julije Skelin                     | Marketing i branding       |
| Vedran Pražan                     | Razvoj proizvoda           |
| Srđan Mladinić i Dr. Stanko Gejić | Ljudski resursi            |
| Goran Kovačević                   | Infrastruktura             |
| Božo Sinčić                       | Pravni i zakonodavni okvir |

*Cluster* se također želi zahvaliti na doprinosu svima koji su pružali informacije ili davali ideje, te onima koji su sudjelovali na izradi ovog izvješća - a osobito na značajnom trudu koordinatora *cluster-a* Tomislava Vintara.

Ova je publikacija omogućena uz podršku hrvatskog ureda Agencije američke vlade za međunarodni razvoj (USAID), prema uvjetima Ugovora Br. PCE-I-801-98-000-16-00. Ovdje izneseni stavovi pripadaju autoru (autorima) i ne moraju nužno odražavati mišljenja Agencije američke vlade za međunarodni razvoj.

# **Materijal za raspravu o Nacionalnim inicijativama za provedbu Strategije održivog turizma u Hrvatskoj**

## **Uvod**

Hrvatska teži poboljšanju svoje konkurentnosti na globalnim turističkim tržištima. Ovo traži tranziciju s trenutno dominantnog nisko-vrijednog masovnog turizma na ponudu visoko-kvalitetnog raznolikog turističkog proizvoda.

Ovaj veliki preokret, međutim, nije lako postići. To zahtjeva kohezivan pristup, zajedničku viziju i koordiniranu akciju – i to između javnog i privatnog sektora, te unutar industrije. Industrija ne može postići ovo sama – bit će potrebno udružiti napore državnih vlasti, industrije i zajednica. Štoviše, izuzev same snage udruživanja, potrebna su i velika novčana gotovinska ulaganja – jednako od strane vlasti i industrije.

Kako bi vodila i poticala akciju prema održivom turizmu u Hrvatskoj, Strategija nudi Viziju, Mjerljive rezultate, Glavne principe, te Strateške ciljeve zajedničkih napora zainteresiranih strana u hrvatskom turizmu.

Strategija je prepoznala nekoliko glavnih principa razvoja održivog turizma u Hrvatskoj zasnovanog na kvaliteti: **Identitet, raznolikost, kulturne veze; Održivost; Integracija radi povećanja kvalitete života; Kvaliteta usluge; Dobrovoljno sudjelovanje.**

Kako bi pokrenula proces provedbe strategije, Strategija održivog turizma u Hrvatskoj predlaže niz strateških ciljeva:

- 1. provedba integriranog upravljanja resursima.**
- 2. osiguravanje sudjelovanja svih zainteresiranih strana, posebice lokalnih zajednica, te izgradnja njihovih kapaciteta za sudjelovanje u turizmu, poboljšavajući time kvalitetu života.**
- 3. oslobođanje kreativnosti u turizmu i uslugama olakšavanjem interakcije između klijenta, poduzetnika i zajednice.**
- 4. sinergija akcije javnog i privatnog sektora.**

**5. postizanje ravnoteže između suradnje i konkurencije među regijama.**

Mnoge su različite zainteresirane strane sudjelovale na izradi ovih Strateških ciljeva. U ovom prijedlogu, Ciljevi su zapravo pretvoreni u Nacionalne inicijative. Još će mnoge druge zainteresirane strane morati ujediniti svoje snage za provedbu ovih Inicijativa. Stoga su iste stavljenе na diskusiju i razmatranje u konzultacijama sa svim zainteresiranim. Druge jednako valjane inicijative i projekti će se javiti tijekom provođenja konzultacija.

Reakcije će se javiti kako iz konzultacija s industrijom, te od javnosti općenito putem naše Internet stranice na adresi [www.....](http://www.....). Nakon provedenih konzultacija, cluster će objaviti Vodič – smjernice za provedbu strategije. Ovaj će Vodič biti dostupan sudionicima i bit će objavljen na navedenoj Internet stranici.

Povratne informacije koje se dobiju i koncenzus postignut tijekom faze konzultacija će omogućiti osnovu za provedbu Strategije održivog turizma u Hrvatskoj u sljedećih pet godina.

Hrvatska država i društvo su poznati po značajnim regionalnim razlikama. Neke od regija imaju bolju lokaciju za željene promjene. Kako bi se postigao usporediv tempo razvoja, održavanje individualiteta regija i iskorištavanje prednosti uslijed raznolikosti, morat će se uložiti značajni napor u međuregionalnu suradnju u turizmu. Ove Inicijative pokušavaju osigurati platformu za zajedničke napore na nacionalnoj razini. One ne dolaze od strane državne vlasti ili bilo kojeg pojedinačnog člana privatnog sektora, već su razvijene od strane clustera kao cjeline.

## **Nacionalne inicijative za provedbu strategije održivog turizma**

Strategija održivog turizma u Hrvatskoj je stvorena kako bi se povećale ekonomski dobrobiti koje država dobija od turizma i istovremeno kako bi se gradilo na osnovama očuvanja i održivog razvoja, te je u glavnim crtama iznesena za diskusiju i konzultacije sa zainteresiranim stranama o 3 općenite nacionalne inicijative. Unutar svake od ovih inicijativa nude se neki specifični projekti akcije o tome kako iskoristiti prednosti ponuđenih mogućnosti. Specifične Nacionalne inicijative (NI) imaju izvorište u diskusijama s clusterom, a razvile su ih radne grupe osnovane za svaku kategoriju, i zatim izradile listu svojih prioriteta NI-a. Prepostavlja se da će Vlada Republike Hrvatske i nacionalne organizacije usvojiti, podržati i dopuniti ove inicijative i projekte.

Nacionalne će inicijative dopuniti svaka regija u clusteru razvijajući vlastite, regionalne i multilateralne inicijative.

Konkretni projekti će se presretati s nacionalnim i regionalnim inicijativama, ujedinjujući aspekte istih prema potrebi. Oni će biti provedeni individualno od strane poduzetnika ili njihovih partnerstava, privatno-privatnih i javno-privatnih.

**NACIONALNA INICIJATIVA 1**

*Okvir za oslobadanje kreativnosti turističkih usluga na osnovi reakcije klijenta, inspirirano hrvatskim identitetom i kvalitetom života*

Sadržaj:

- Iskorištavanje reakcija klijenata za inspiraciju i kreativnost u razvoju proizvoda,
- informiranje posjetitelja o isprepletenosti prirode, kulture i kulturnog nasljeđa, agro, prehrambeno, zdravstvenog, maritimnog te drugih dijelova hrvatskog i regionalnog identiteta,
- uključivanje osoblja i zajednice u razvoj usluga, novih kvalitetnih proizvoda, marki (branding) i njihovog komercijalnog iskorištavanja..

*Rezultati:* funkcionalan okvir za razvoj novih proizvoda i usuga izgrađenih na hrvatskom identitetu i autentičnosti, u cilju trajne obuke zainteresiranih strana u turizmu. Regionalne inicijative za razvoj proizvoda i povećanje kvalitete. Nacionalna baza podataka i sustav izvješćivanja na Internetu radi statističke analize i obrade povratnih informacija dobivenih od klijenata.

*Primjeri projekata:*

- Certifikat autentičnog turističkog doživljaja
- Smjernice rukovanja povratnim informacijama dobivenim od klijenta za razvoj kreativnosti.
- Branding Hrvatske i regija: Smjernice za turističku uslugu integriranog proizvoda.
- Regionalni projekti kojima se iskorištava identitet, autentičnost u razvoju proizvoda.
- Koordinirani marketinški plan za Hrvatsku kao državu i destinacije unutar Hrvatske.

**NACIONALNA INICIJATIVA 2**

*Mreža za koordinaciju izgradnje kapaciteta turizma zasnovanog na kvaliteti*

A. Sadržaj:

- Stvoriti nacionalnu koordinaciju, istraživanje, zakonodavna poboljšanja, te napor na izgradnji kapaciteta u poboljšanju institucionalne i pravne okoline, te uklanjanju prepeka za razvoj novog proizvoda i kreativan menadžment destinacije;

- povezati poduzeća i zajednice radi povećanja kapaciteta i trajne obuke u održivom turizmu (vidi npr. Turistička obuka Škotske; [www.tourism-training-scotland.org.uk](http://www.tourism-training-scotland.org.uk); ili CERT, Irska, [www.cert.ie](http://www.cert.ie)); razvoj programa.
- B. Rezultati: Funkcionalna nacionalna mreža zainteresiranih strana: nacionalne, županijske i lokalne turističke organizacije, javne vlasti i nacionalne nevladine udruge, relevantne agencije regionalnih i lokalnih vlasti, poduzeća/poduzetnici, organizacije u zajednici i pojedinci. Periodički pregled ove strategije i nove nacionalne i regionalne inicijative.
- C. Primjeri projekata:
- Posizanje prema drugim sektorima u pogledu poboljšanja potrebnih u turizmu: Vladin plan akcije za poboljšanje konzistentnosti politike i uklanjanje prepreka;
  - Uvođenje turističkih satelitskih računa (tourism satellite accounts);
  - Izrada priručnika za menadžment (prema tasmanskim primjerima);
  - Strategija istraživanja i razvoja nacionalnog turizma (kao na Novom Zelandu);
  - Međunarodna razmjena studenata.

**NACIONALNA INICIJATIVA 3**  
***Usluge informacijske tehnologije za turistički razvoj***

- A. Sadržaj:
- pregled, koordinacija i kohezija sustava Internet promocije i rezervacija;
  - dređivanje pružanja i kompatibilnost sakupljišta podataka za nacionalno i regionalno korištenje.
- B. Rezultati: Bolji pristup informacijama o hrvatskom turizmu na Internetu, naglašavajući hrvatski identitet i autentičnost; usluge sakupljanja podataka u bazi podataka i izvještavanje u formatu prilagođenom korisniku, te angažiranje davatelja takvih usluga.
- C. Primjeri projekata:
- Web portal za turizam baziran na hrvatskom identitetu i autentičnosti;
  - Povezanost s velikim Internet sajtovima za planiranje putovanja (kao što je [www.eurovacations.com](http://www.eurovacations.com) za američko tržište);
  - Kompjuterizacija malih hotela i privatnog smještaja;
  - Baze podataka turističkih usluga i poduzeća/poduzetnika;
  - Baza podataka povratnih informacija klijenata.

## **Daljnji postupak provedbe**

Kad konzultacije budu završene , te kada inicijative i projekti budu potvrđeni od strane Vlade i zainteresiranih strana iz sektora, bit će izrađen Vodič - smjernice, koji će sadržavati prekretnice, rezultate te pokazatelje uspjeha za sve nacionalne, regionalne i multilateralne inicijative.

Konkretni projekti će se presretati s ovim nacionalnim i regionalnim inicijativama, ujedinjujući aspekte istih prema potrebi. Oni će biti poduzimani individualno od strane poduzeća ili njihovih partnerstava, privatno-privatnih i javno-privatnih.

Ovi projekti mogu prihvati sektorne strategije i programe. Mnoge su države sa značajnim regionalnim različitostima razvile regionalne turističke strategije. U Hrvatskoj, dalmatinska je regija razvila Vodič - smjernice za dalmatinsku turističku industriju. Tasmanija u Australiji je razvila čitav niz strategija i programa za podršku provedbi takve regionalne strategije, kao što su Prehrambena i vinska strategija, Program posebnih interesa/ tržišnih niša, Program izletničkog i avanturističkog turizma, Tasmanijsko iskustvo – provedba strategije, navedimo tek nekolicinu; Novi je Zeland donio Strategiju turističkog istraživanja i razvoja; Udruženje lokalnih vlasti u Ujedinjenom kraljevstvu je predložilo materijal za raspravu o Kulturi i Turizmu u današnjem Dobu znanja /tzv. Learning Age/; Nova Scotia u Kanadi ima strategiju elektronskog marketinga, dok gotovo sve države i regije imaju posebne turističke marketinške strategije i planove; postoje radovi o održivom turizmu u zaštićenim područjima, strategije kulturnog turizma; neke države, kao Škotska i Irska su stvorile mreže i agencije za trajno učenje i obuku u turizmu.

Obilne su mogućnosti za poduzimanje akcije. Odluka o tome koje inicijative postaviti kao prioritete na nacionalnoj i regionalnoj razni sada leži na zainteresiranim stranama u hrvatskom sektoru turizma, kao i odluka o tome tko će se prihvati drugačijeg pristupa.